

RAVINTOLAIDEAN UUDET PIKKUJOU- LUMENUT JA NIIDEN LANSEERAAMI- NEN KÄYTÄNTÖÖN

Outi Neuvonen
Meiju Suoja

Opinnäytetyö
Lokakuu 2012

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijät NEUVONEN, Outi SUOJA, Meiju	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 01.10.2012
	Sivumäärä 37	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi RAVINTOLAIDEAN UUDET PIKKUJOULUMENUT JA NIIDEN LANSEERAAMINEN KÄYTÄNTÖÖN		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) SACHSE, Mika		
Toimeksiantaja(t) Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Restonomipalvelut		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia uusia pikkujoulumenuja Ravintolaldealle. Tarkoitus oli tehdä menuja, joita voi pienin muutoksin käyttää muissakin tilaisuuksissa kuin pikkujouluissa. Menuja suunniteltiin neljä erilaista, ja jokaisessa oli eri pääraaka-aine. Opinnäytetyö oli toiminnallinen. Opinnäytetyön tilaajana toimi Jyväskylän ammattikorkeakoulun Restonomipalvelut.</p> <p>Työn toteutuksessa kartoitettiin Ravintolaldean nykyinen pikkujoulumenujen tarjonta. Opinnäytetyön tilaajan kanssa päätettiin, että nykyiset pikkujoulumenut jätetään ennalleen ja suunnitellaan neljä kokonaan uutta menua. Menujen suunnittelun jälkeen ne testattiin ja vakioitiin lopulliseen muotoonsa. Reseptit kirjattiin ruokaohjelma Jamixiin. Lisäksi resepteistä koottiin Jamixiin annoskortit.</p> <p>Yksi menuista lanseerattiin käytäntöön Jyväskylän ammattikorkeakoulun henkilöstön pikkujouluissa joulukuussa 2011. Osallistujilta saadun suullisen palautteen ja valmistusprosessin aikana ilmenneiden asioiden perusteella jatkettiin menujen kehitystyötä, johon sisältyi mm. annoskokojen ja valmis-tusaikojen tarkastamista. Valmiit menut olivat Ravintolaldean liikeidean mukaisia, toimintaan soveltuvia ja kilpailukykyisiä. Nämä ominaisuudet varmistettiin mm. valitsemalla laadukkaat raaka-aineet ja analysoimalla kilpailijoiden pikkujoulutarjontaa. Kustannuslaskelmien avulla hinnat ja katteet saatiin tavoitteiden mukaisiksi.</p> <p>Opinnäytetyön tuotosten avulla toimeksiantaja pystyy tarjoamaan asiakkailleen enemmän erilaisia menuvaihtoehtoja juhliin ja kokouksiin. Komponentteja voi myös yhdistellä keskenään tai Ravintolaldean muiden menujen kanssa. Opinnäytetyö oli ajankohtainen, sillä toimialan tarjonta monipuolistuu jatkuvasti ja kilpailukyky on pystyttävä säilyttämään.</p>		
Avainsanat (asiasanat) tuotesuunnittelu, tuotteistaminen, menusuunnittelu, Ravintolaldea, pikkujoulut, lanseeraaminen		
Muut tiedot		



Author(s) NEUVONEN, Outi SUOJA, Meiju	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 01.10.2012
	Pages 37	Language Finnish
	Confidential () Until	Permission for web publication (X)
Title CREATING AND LAUNCHING THE NEW CHRISTMAS PARTY MENUS OF RAVINTOLAIDEA		
Degree Programme Degree Programme in Service Management		
Tutor(s) SACHSE, Mika		
Assigned by JAMK University of Applied Sciences, Restonomipalvelut		
<p>Abstract</p> <p>The purpose of the thesis was to create new Christmas party menus for Ravintolaidea. The aim was to create menus by little adjustments that can be used also in other occasions than Christmas parties. Four different menus were designed, each having a different main ingredient. The thesis was functional and it was commissioned by Restonomipalvelut of JAMK University of Applied Sciences.</p> <p>Ravintolaidea's existing Christmas party menus and their contents were taken into account when planning the new menus. With the commissioner of the thesis, the existing menus were decided to be left as they were and four completely new menus were to create. After designing the menus they were tested and standardized to their final forms. The recipes were registered into Jamix, the food software. Portion cards were also created and registered into Jamix.</p> <p>One of the menus was launched in the Christmas party of the JAMK University of Applied Sciences staff in December 2011. The development of the menus was continued based on the spoken feedback of the participants and the matters emerging during the production process. The development consisted of for example checking the portions and production times. The new menus were compatible with the business idea of Ravintolaidea, applicable to practice and competitive. These qualities were ensured i.a. by choosing quality ingredients and analyzing what the competitors offered for Christmas parties. With cost accounting it was possible to make the prices and marginal profits compatible.</p> <p>With the results of the thesis the commissioner will be able to offer the customers several different choices of menus in celebrations and meetings. The components can also be mixed with each other or with other menus of Idea. The thesis was current due to the fact that the industry and what it offers is constantly diversified and competitiveness must be maintained.</p>		
Keywords product design, productisation, menu design, Ravintolaidea, Christmas parties, launching		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1 Johdanto	5
2 Tuotesuunnittelu	6
2.1 Asiakaskeskeisyys tuotesuunnittelun lähtökohtana	7
2.2 Palvelumuotoilu	9
2.3 Tuotesuunnittelusta lanseeraukseen	10
3 Tuotteistaminen	11
3.1 Kilpailija-analyysi	12
3.2 Kilpailijoista erottuminen	15
3.3 Kohderyhmä	15
4 Menu suunnittelu	16
4.1 Lähtökohdat	17
4.2 Ruokatuotantoprosessit	18
4.3 Menujen vakiointi	20
4.4 Kustannuslaskenta	21
5 SWOT- analyysi: Idean uusien pikkujoulumenujen toteutus	23
5.1 Vahvuudet	23
5.2 Heikkoudet	24
5.3 Mahdollisuudet	24
5.4 Uhat	25
6 Tuotteen testaus asiakkaalle	25
6.1 Esivalmistelutyöt	26
6.2 Tapahtumapäivän toiminta	27
6.3 Palaute	27
7 Pohdinta	28
LÄHTEET	31
LIITTEET	35
Liite 1. Menutaulukko	35
Liite 2. Markkinointitiedote	37

KUVIOT

KUVIO 1. Tuotesuunnittelun prosessikaavio	8
KUVIO 2. Ruokatuotantoprosessi	19
KUVIO 3. Ruokapalvelun kokonaissuunnitteluun vaikuttavat tekijät	20
KUVIO 4. Hinnoittelukerroin	22

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Kilpailijoiden tarjonta	13
TAULUKKO 2. Kustannuslaskelmat	22
TAULUKKO 3. Swot- analyysi: Idean uusien pikkujoulumenujen toteutus	23

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön lähtökohtana oli laatia uusia pikkujoulumenuja monipuolistamaan Ravintolaldean tarjontaa. Samalla toteutettiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun henkilöstön pikkujoulut, joissa tarjoiltiin yhtä tämän opinnäytetyön menuista. Opinnäytetyön toimeksiantajana on Restonomipalvelut, joka hallinnoi Jyväskylän ammattikorkeakoulun Lutakon kampuksen ravintola Dynamoa ja Ravintolaldeaa.

Vuonna 2000 perustettu Ravintolaldea on Jyväskylän Lutakossa sijaitseva ruoka- ja seurusteluravintola, joka toimii oppimisympäristönä Jyväskylän ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoille. Idean tilat ovat vanhassa Turbiinitalossa, entisen Schaudmanin vaneritehtaan piipun juurella. Ravintolasalissa on 60 asiakaspaikkaa, lisäksi piippusaunaan mahtuu 10 saunojaa. Kesäisin terassilla on tilaa 40 asiakkaalle. Ravintolaldea on avoinna arkisin klo 9–16, ja lounasta tarjoillaan klo 11–13. Muina aikoina ravintola on avoinna esim. kokouksille tilauksesta. Idealla on A-oikeudet. (Ravintolaldea – elämyksiä Piipun juurella, 2011.)

Menujen uudistaminen oli ajankohtaista, jotta Idean pikkujoulut pysyvät kilpailukykyisinä ja vastaavat asiakkaiden kysyntään. Ideassa on aiempina vuosina tarjottu vain perinteisiä joulumenuja, joten pikkujoulutarjonnan laajentaminen luo toiminnalle uusia mahdollisuuksia. Uusien menujen avulla pyritään lisäämään myös Idean iltapahtumien kysyntää.

Opinnäytetyössä käsiteltäviä aihealueita ovat tuotesuunnittelu, tuotteistaminen, menu suunnittelu ja työn tuotokset eli valmiit pikkujoulumenukset. Menu suunnittelussa huomioitiin Ravintolaldean liikeidea, resurssit, budjetointi ja kilpailijoiden pikkujoulutarjonta. Menuja tehtiin neljä erilaista, joista jokaisessa on eri pääraaka-aine. Annoksissa käytettiin monipuolisia ja laadukkaita raaka-aineita, joissa uudet maut kohtaavat perinteisiä joulun vivahteita. Menu suunnittelun lähtökohtana oli uudenlainen näkökulma perinteiseen jouluruokailuun.

Suunnittelun jälkeen tuotteet testattiin ja vakioitiin lopulliseen muotoonsa. Menuja testattiin sekä tuotannollisesti että asiakaslähtöisesti. Tuotteiden reseptit kirjattiin

ruokaohjelma Jamixiin, josta ne ovat helposti löydettävissä. Vakioituja reseptejä voidaan käyttää myös muissa tapahtumissa kuin pikkujouluissa, sillä ne ovat helposti muokattavissa. Jamixiin koottiin annoskortit, joihin lisättiin valokuvat menuista. Annoskortit helpottavat menusisältöjen hahmottamista.

Budjetoinnissa lähtökohtana käytettiin toimeksiantajan hintatasoa. Se ohjasi suunnitteluprosessia raaka-aineiden valinnassa ja määritteli menujen kokonaiskustannukset, joissa huomioitiin haluttu katetuotto prosentti. Myyntihinnat pidettiin kilpailijoihin nähden saman hintaisina, jotta asiakkaat kiinnostuisivat uusista menuista ja valitsisivat Idean pikkujoulujen viettopaikakseen.

Jyväskylän ammattikorkeakoulun henkilöstön pikkujoulut antoivat hyvää käytännön kokemusta menun toimivuudesta. Lisäksi saatiin kokemusta juhlien sekä ruokalistojen suunnittelusta ja toteuttamisesta. Lanseerauksen myötä saadun kokemuksen avulla menuja pystyttiin tarkastelemaan käytännönläheisesti ja huomattiin toteuttamisen mahdolliset ongelmakohdat. Myöhemmin tuotteiden reseptiikkaan voidaan tehdä tarvittavia muutoksia, jotta menujen käyttäminen on entistä sujuvampaa ja helpompaa.

2 TUOTESUUNNITTELU

Opinnäytetyöprosessin alussa pohdittiin tutkimusongelman tarpeellisuutta. Jos työssä olisi ollut selkeä tutkimusongelma, olisi työ ollut helpommin rajattavissa. Toimeksiantajan aikataulun vuoksi opinnäytetyössä ei toteutettu kvalitatiivista tutkimusta, joka olisi suunnattu ravintolan yritysasiakkaille. Menuja kehitettiin kesä-elokuussa, joten ajankohta ei ollut otollinen asiakaskyselyn toteutukseen. Tulosten avulla menujen kehittämisessä olisi voitu huomioida loppukäyttäjien toiveet paremmin. Menujen kehittämisprosessia ei tarvinnut kuitenkaan käynnistää nollasta.

Opinnäytetyön oli tarkoitus alusta asti olla kehittämistyötä eli soveltavaa tutkimusta. Toimeksiantajalla oli selvä kuva kehityskohteestaan ja sen tavoitteista, joten ei tarvinnut aloittaa tutkimusongelmasta. Kehittämistyön tavoitteena olivat uudet myyvät pikkujoulumenut, joiden toiminnallisessa osuudessa ruokaohjeet testattiin ja vakioi-

tiin tuotantovalmiiksi. Taustalla oli ajatus parantaa ja muuttaa Idean ruokatuotetarjontaa. Työssä huomioitiin Ravintolalidean liikeidea sekä nykyinen tarjonta, jotta kehityskohteesta muodostui yrityksen toimintaan soveltuva.

Käsitteille konseptointi tai konseptisuunnittelu ei ole tarkkaa määritelmää, mikä saat-
taa hankaloittaa niiden ymmärtämistä. Konseptointi on eräänlainen toimintamalli,
jonka sisältö muodostuu yrityksen omista tavoitteista ja liiketaloudellisista määritel-
mistä. Siihen vaikuttavat myös tuotannolliset tekijät, jolloin ideasta on ryhdytty te-
kemään konkreettinen tuote. Tässä opinnäytetyössä konseptointi- termin sijaan käy-
tetään termiä tuotesuunnittelu, sillä se kuvaa tarkemmin suunnitteluprosessia, jossa
tuloksena ovat Idean uudet pikkujoulumenut. Tuotesuunnittelu viittaa kehittämis-
prosessiin, jonka lopputuloksena on valmis tuote markkinoille vietäväksi. Menut eli
tuotteet on suunniteltu Idean liikeidean mukaisiksi, ja niissä on lisäksi huomioitu
markkinatilanne sekä tuotteiden myyvyys.

Tuotesuunnittelussa olisi tärkeää saada palautetta tuotteista jo suunnitteluvaiheessa.
Tällöin tuotteen pitäisi olla tarpeeksi konkreettinen ja uskottava, jotta sitä pystyttäi-
siin arvioimaan. Pikkujoulumenuja arvioitiin prosessin aikana useampaan kertaan,
jotta niitä pystyttiin jatkokehittämään haluttuun suuntaan. Näin saatiin varmistettua
se, ettei tuotteissa olisi liikaa muutettavia asioita prosessin loppuvaiheessa.

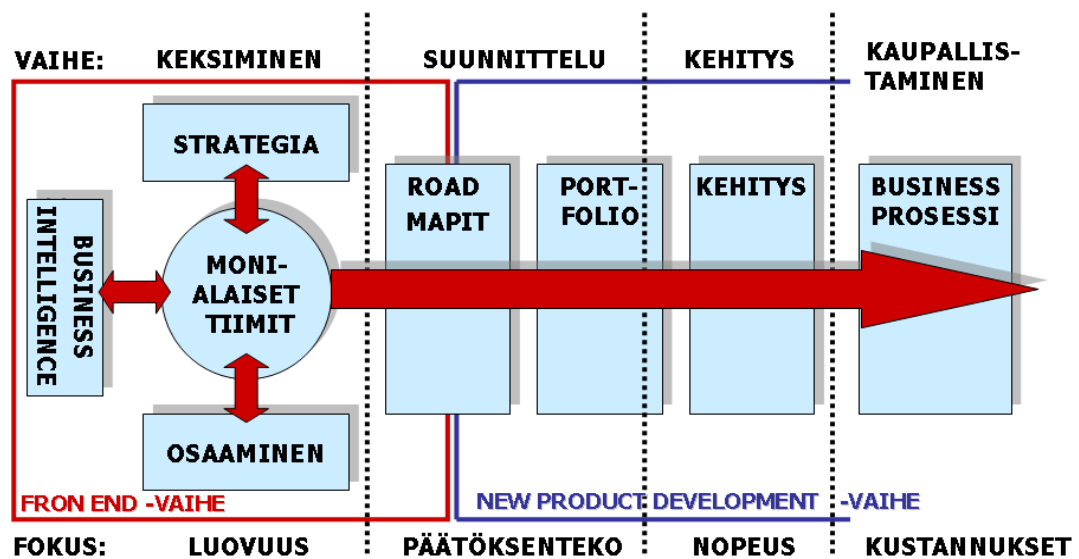
Keinonen (2004, 29) kertoo, että tuotesuunnittelun toimintaympäristö antaa usein
vain vähän liikkumatilaa luovalle ajattelulle. Tuotesuunnittelussa voi olla vaarana
liiallinen epävarmuus, joka kääntää ratkaisun perinteiseksi. Siksi Idean uusia pikku-
joulumenuja haluttiin suunnitella luovasti ja ilman rajoja. Epävarmuus muutettiin
positiiviseksi, jolloin suunnittelussa pysyttiin nöyränä ja tarvittaessa varovaisena.

2.1 Asiakaskeskeisyys tuotesuunnittelun lähtökohtana

Tuotesuunnittelua tulisi aina tehdä käyttäjä- ja asiakaskeskeisesti, jolloin nostetaan
päällimmäiseksi tavoitteeksi asiakkaiden tarpeet. Se on mahdollista pienilläkin muu-

toksilla nykyisiin tuotteisiin. Ravintolaldehyn pikkujoulumenujen suunnittelussa on jätetty vanhat menut taka-alalle ja keskitytty luomaan aivan uusia kokonaisuuksia. Uusissa menuissa on huomioitu tämän hetken kysyntä ja vallitsevat trendit. Lisäksi suunnittelussa on pyritty ennakoimaan tulevaisuutta ja muuttuvaa toimintaympäristöä.

Käyttäjakeskeinen suunnittelu on määritelty toiminnaksi, jossa asiakas eli todellinen loppukäyttäjä on mukana prosessissa jo alkumetreiltä lähtien (Keinonen 2004, 83). Kokkonen, Kuvvan, Leppimäen, Lähtisen, Meristön, Piiran ja Sääskilahden (2005, 21) mukaan tuotteella on aina kaksi puolta: käyttökonteksti ja fyysinen toteutus. Ideointi voi siis syntyä joko käyttökontekstilähtöisesti, jolloin huomataan joku tuotemahdollisuus ja teknologiaa kehitetään tarvetta vastaamaan. Toisaalta se voi syntyä teknologivetoisesti, jolloin jokin teknologian kehitysaskel mahdollistaa uusien tuotekonseptien kehittämisen. (Kokkonen ym. 2005, 22.) Tässä pikkujoulumenujen tuotesuunnittelussa on lähdetty liikkeelle käyttökontekstilähtöisesti.



KUVIO 1. Tuotesuunnittelun prosessikaavio (Kuha 2010)

Tuotesuunnittelu sisältää usean eri vaiheen ennen lopullista tuotetta (ks. kuvio 1). Suunnittelu alkaa tuotteen keksimisellä, jonka fokuksena on luovuus. On myös otettava huomioon yrityksen strategiset tavoitteet, henkilökunnan osaaminen sekä

markkinoilla olevat tarpeet. Seuraavassa vaiheessa suunnitellaan uuden tuotteen raamit ja millaiseksi sitä halutaan kehittää. Sen jälkeen viimeisenä vaiheena on kaupallistaminen, jolloin tuloksena on markkinoille soveltuva tuote. Onnistuneen tuotteen tärkeimmät ominaisuudet ovat sen tekninen toimivuus, kaupallinen kannattavuus sekä hyödyllisyys käyttäjilleen (Hyysalo 2006, 6).

2. 2 Palvelumuotoilu

Palveluprosessin asiakkaalle näkyvä osa koostuu tuotteista ja palveluista. Ne ovat siis ne palvelun osat, jotka yhdessä muodostavat asiakkaan saaman palvelukokemuksen. Palvelukokemuksen taustalla on kuitenkin prosessin näkymätön osa, joka koostuu suunnittelusta, suunnitellun toteuttamisesta sekä kehittämisestä. (Taskinen 2007, 19.) Palvelumuotoilun yhteydessä huomioidaan aina asiakkaat ja heidän saamansa palvelukokemukset, sillä asiakas on palvelutapahtuman keskiössä. (Tuulaniemi 2011, 26.) Tällöin myös toiminnan epäonnistumisen riskit minimoidaan, koska palvelu on suunniteltu asiakkaiden todellisten tarpeiden pohjalta. (Tuulaniemi 2011, 72.)

Palvelumuotoilu (engl. Service Design) on tuloshakuinen prosessi, jonka avulla voidaan yhdistellä vanhoja asioita uudella tavalla ja saada näin aikaan kilpailuetua ja tehoa. Se on jatkuvaa, systemaattista liiketoiminnan kehittämistä, jonka avulla organisaatio voi innovoida uusia palveluja ja kehittää vanhoja. Palvelumuotoilun tavoitteena on osallistaa kaikki prosessiin liittyvät osapuolet jo suunnitteluvaiheessa. Palvelumuotoilu on konkreettista tekemistä, jossa palvelun näkymättömät osat tehdään näkyviksi visualisoinneilla ja hahmomalleilla. (Tuulaniemi 2011, 24–28.) Palvelun laadusta voidaan viestiä esimerkiksi arvokkailla materiaaleilla (Tuulaniemi 2011, 94).

Palvelumuotoilun tulisi olla ennakoivaa. Ennakoinnilla tarkoitetaan tutkimusta asiakkaiden todellisista tarpeista sekä pyrkimystä tunnistaa piilevätkin tarpeet. (Tuulaniemi 2011, 73.) Markkinoille pitäisi pystyä tuomaan jotakin sellaista, jota siellä ei vielä ole tarjolla. Palvelun jatkuva kehittäminen on tärkeää, sillä palvelu ei ole koskaan valmis. Heikkoja ja vahvoja signaaleja tulee tarkkailla jatkuvasti, jotta palvelu vastaisi parhaalla mahdollisella tavalla asiakkaan tarpeita. Palvelun tulisi pystyä aina tarjoamaan arvoa asiakkaalle. (Tuulaniemi 2011, 243.)

Palveluja suunniteltaessa on aina huomioitava ympäristö, jossa palvelua tullaan tuottamaan ja kuluttamaan (Tuulaniemi 2011, 124). Ravintolaldean uusia pikkujoulumenuja suunniteltaessa huomioitiin sekä resurssit että nykyinen tarjonta. Näin menuista saatiin liikeideaan ja ympäristöön soveltuvia, asiakkaille uutta tarjoavia kokonaisuuksia.

Palvelujen hintojen suhteen valinnat tehdään jo strategisella tasolla (Tuulaniemi 2011, 229). Ravintolaldean pikkujoulumenujen hinnat oli valmiiksi laskettu, joten niitä käytettiin suunnittelussa pohjana. Hinnat ovat muotoutuneet henkilökunnan vuosien kokemuksen perusteella siitä, minkä verran asiakkaat ovat valmiita pikkujouluistaan maksamaan. Myös kilpailijoiden hintataso on suunnittelussa huomioitu. Menujen lopulliset hinnat muodostuivat kustannuslaskelmien pohjalta.

2.3 Tuotesuunnittelusta lanseeraukseen

Keinosen mukaan (2004, 41–42) kehittävässä tuotesuunnittelussa uuden teknologian tai uusien markkina-alueiden ja nousevien käyttäjätarpeiden luomia mahdollisuuksia avataan ja tehdään ymmärrettäviksi. Siten tuetaan yrityksen oppimista ja päätöksentekoa tulevien tuotesukupolvien suhteen. ”Yrityksen strategisen päätöksenteon tueksi tehdyt konseptit hahmottavat toimialan, yrityksen ja sen tuotteiden tulevaisuutta ja kehitystä sekä kehittävät yrityksen suunnitteluosaamista.” (Keinonen, 2004, 42.)

Ropen (1999, 82) mukaan lanseerauksessa on kyse merkkituotteen avulla kilpailijoista erotettavan tuotteen markkinoille viemisestä. Ravintolaldean uusien pikkujoulumenujen on siis erotuttava kilpailijoistaan tarpeeksi paljon, jotta ne menestyisivät markkinoilla. Lanseerattavasta tuotteesta on siis tehtävä houkutteleva ja vetovoimainen. Tuotteen asemointi eli markkinoille sijoittaminen ominaisuuksien suhteen verrattuna kilpailijoiden tuotteisiin on merkkituotteen kannalta erittäin oleellista. Tuotteen painotettavina ominaisuuksina voivat olla esimerkiksi ympäristöystävällisyys, perinteisyys, hienostuneisuus tai edullisuus. (Rope, 1999, 82–83.) Idean uusien pikkujoulumenujen tärkeimpinä ominaisuuksina on uudistuminen sekä monipuoli-

suus. Menut on profiloitu näihin ominaisuuksiin tähdäten, minkä avulla asiakkaille halutaan luoda näihin ominaisuuksiin painottuva mielikuva.

Kehittäjien on ensin lanseerattava joitakin versioita tai ideoita uudesta tuotteesta markkinoille ennen kuin tarkempaa informaatiota kuluttajista ja ominaisuuksista voidaan saavuttaa. Idean pikkujoulumenuja testattiin yhdessä Idean henkilökunnan kanssa ennen tuotteiden lanseerausta. Testauksen avulla menuja kehitettiin haluttuun suuntaan. Tuotteen ensimmäinen lanseeraus tapahtui Jyväskylän ammattikorkeakoulun henkilöstön pikkujouluissa joulukuussa 2011.

Ennen kuin tuote lanseerataan, on tuotteelle asetettava tavoitteet. Näitä ovat esimerkiksi tunnettuus- ja imago tavoitteet ja taloudelliset tavoitteet (Rope, 131–132, 1999). Idean uusien pikkujoulumenujen tavoitteiksi asetettiin myyvyys, uutuusarvo sekä asiakkaiden tarpeitten täyttäminen. Lanseeraamistavoitteiksi määriteltiin tunnettavuuden lisääminen sekä innovatiivinen lähestymistapa. Lanseerausprosessi tulisi aikatauluttaa, jotta lanseeraus etenisi kohti myyntikelpoista tuotetta. Lanseerausta pitäisi seurata koko prosessin ajan, jotta lanseeraus onnistuisi. Seurannan avulla tunnistetaan mahdolliset ongelmat tarpeeksi ajoissa, jolloin niiden reagoimiseen ja ratkaisuihin on vielä aikaa. (Rope 133, 1999.)

3 TUOTTEISTAMINEN

Tuotteistaminen on monimutkainen prosessi, jonka lopputuloksena on valmis tuote asiakkaalle. Parantaisen mukaan (2010, 11) tuotteistaminen tarkoittaa sitä työtä, jonka tuloksena osaaminen jalostuu myynti-, markkinointi- ja toimituskelpoiseksi tuotteeksi. Parantainen kirjoittaa usein tuotteistukseen liittyen palvelutuotteesta, mutta tässä opinnäytetyössä keskitytään vain tuotteen suunnitteluun. Näin siksi, koska pikkujoulumenukset ovat juuri konkreettisia tuotteita. Toki tuotteissa on huomiotu niiden lopullinen käyttötarkoitus, joka on muutakin kuin pikkujoulumenukset. Työn kannalta on kuitenkin päädytty menuista puhumaan ainoastaan tuotteina. Pikkujoulumenukset tuotteistamisprosessissa huomioitiin mm. kilpailijoiden tarjonta ja hintataso sekä Idean asiakaskunta.

Parantainen (2010, 33) toteaa, että tuotteen voi myydä jo ennen kuin se on kokonaan valmis. Tosin tuotteistusprosessin on siinä tilanteessa oltava riittävän hyvä, jotta yritys voi antaa pienintäkään lupausta asiakkaalle. Jos itse tuotteistaminen on vielä alkutekijöissä, ei lupauksenkaan ole varaa olla liian pitkälle kehittynyt. On myös mieltävä tarkkaan, kannattaako lupausta ylipäänsä antaa ja sitten vasta kehittää itse tuote ennen kuin kukaan on ostanut sitä (Parantainen, 2010, 34). Silloin on myös helpompaa tehdä virheitä ja korjata ne jo tuotteistamisen alkuvaiheessa. Tärkeää on tehdä riittävän monta kokeilua ennen kuin valmis tuote esitellään asiakkaalle. Vain kokeilemalla huomataan tuotteen puutteet ja ongelmakohdat, jotka vaativat vielä kehittämistä. (Parantainen 2010, 155.)

3.1 Kilpailija-analyysi

Ravintolaldean kilpailijoista tehtiin taulukon muotoon analyysi, jossa tarkasteltiin kilpailijoita pintapuolisesti (ks. taulukko 1). Yritykset kilpailija-analyysiin valittiin sijaintinsa, tunnettavuutensa sekä pikkujoulutarjontansa perusteella. Lopulliseen analyysiin valikoitui 12 pikkujoulujen tarjoajaa, joista neljässä on mahdollisuus majoittautumiseen. Kilpailija-analyysin kohdeyritykset sijaitsevat Jyväskylän keskusta-alueella, hotelli Rantasipiä lukuun ottamatta. Hotelli Rantasipi sijaitsee Laajavuoresa, muutaman kilometrin päässä Jyväskylän keskustasta. Analyysin tietolähteenä käytettiin yritysten omia kotisivuja, sillä ajankohdan vuoksi (loka-marraskuu) kaikilta löytyi pikkujoulujen tiedot netistä.

Kilpailija-analyysissä keskityttiin yritysten tarjoamien pikkujoulujen menu- ja ohjelmasisältöihin sekä hintoihin. Analyysin perusteella kilpailijoiden pikkujoulumenujen keskihinnat liikkuvat samalla tasolla kuin Ravintolaldean uusien menujen hinnat. Kilpailijoiden menujen sisällöt olivat hyvin vaihtelevia, meksikolaistyyllisistä perinteisiin suomalaisiin joulun makuihin. Idean vahvuudeksi muodostuikin uusien ja perinteisten makujen yhdistäminen, sekä tarvittaessa mahdollisuus yksilöllisiin ratkaisuihin asiakkaan toiveiden mukaisesti. Pikkujoulujen tarjoajana Idea on kilpailukykyinen ja viihtyisä.

TAULUKKO 1. Kilpailijoiden tarjonta

KILPAILIJA	TARJONTA
Scandic hotel	<ul style="list-style-type: none"> - kaksi erilaista pikkujoulumenua, joissa teemoina skandinaavinen joulupöytä ja joulumatka Eurooppaan - kattavasti sekä perinteisiä että uudenlaisia makuyhdistelmiä - mahdollisuus majoittumiseen sekä iltabileisiin hotellissa - iso hotelliketju, joten sisältöä ei suunnitella yksilöidysti - sama menu ostettava koko seurueelle
Gringos Locos	<ul style="list-style-type: none"> - meksikolaistyylliset menuvaihtoehdot - ei perinteisiä suomalaisen joulun raaka-aineita, maut poikkeavat ehkä liikaakin totutuista joulun mauista - menuissa suppeahko sisältö - menuihin ei sisälly juomia eikä jälkiruokia
Jyväshovi	<ul style="list-style-type: none"> - kattava perinteinen joulubuffet, jossa kuitenkin minimihenkilömäärä 100. - lisäksi valittavana neljä erilaista joulumenua - tarjolla myös joululounasta - menujen hinnat korkeahkoja, mutta niihin sisältyy illaksi ohjelmalippu Jyväshoviin
Lutakon Leidi	<ul style="list-style-type: none"> - Ravintolaldean lähellä - kotisivuilta ei löydy menuvaihtoehtoja eikä lisätietoja pikkujouluista
Juhlapalvelu Martta	<ul style="list-style-type: none"> - kuusi erilaista pikkujoulumenua, runsas tarjonta - menut poikkeavat sopivasti perinteisestä joulumenusta - ruokailun lisäksi ei saatavilla muita palveluja - hinnat edullisia-keskitasoa
Rantasipi Laajavuori	<ul style="list-style-type: none"> - ohjelmalliset pikkujoulut, joissa tietty teema - hinnat korkeita, mutta ne sisältävät ohjelman ja narikkamaksun - mahdollisuus majoittua sekä käyttää kylpylä- ja liikuntapalveluja
Ravintola Pöllöwaari	<ul style="list-style-type: none"> - päivittäin vaihtuvat joululounas- ja illallisvaihtoehdot, jotka sisältävät perinteisiä joulun makuja - menut hintavia mutta runsaita - ei järjestä varsinaisia pikkujouluja

Sohwi	<ul style="list-style-type: none"> -neljä joulumenua, joista yksi suunniteltu vegetaristeille -herkuttelumenu on laskettu hinta myös viineineen, mikä selkeyttää asiakkaan käsitystä lopullisista kustannuksista jo ennakoon
Sokos hotel Alexandra (ravintolat Fransmanni ja Gastropub Jalo)	<ul style="list-style-type: none"> -Fransmannissa tarjolla pikkujoulut maalaisranskalaisissa tunnelmissa -Jalossa voi jouluisten menujen lisäksi valita mm. fondue-illallisen -viinit eivät sisälly hintoihin, mutta viinisuositukset hintoihin lukevat menujen yhteydessä -myös teemapikkujouluja, joissa on ruoan lisäksi tarjolla mm. tanssia ja musiikkia -pikkujoulut voi räätälöidä omalle seurueelle sopiviksi, samalla voi varata jatkopaikan sekä majoituksen -mahdollisuus käyttää saunaa
Viikinkiravintola Harald	<ul style="list-style-type: none"> -tarjolla kuusi menukokonaisuutta -pikkujouluissa viikinkiteema, joka näkyy mm. ruoissa ja sisustuksessa -ei perinteisiä jouluruokia -melko korkeat hinnat, mutta ne sisältävät pääruoan lisäksi alku- ja jälkiruoat
Päijänne-risteilyt	<ul style="list-style-type: none"> -perinteinen, edullinen pikkujoulumenu -satamassa ollessa laivasta ei peritä tilavuokraa -mahdollisuus muotoilla asiakkaiden toiveiden mukaiset pikkujoulut
Ravintola Vesilinna	<ul style="list-style-type: none"> -tarjolla jouluillallinen parin viikon ajan joulukuussa -menu on hintava mutta runsas -ympäristö luo näyttävät puitteet, mutta ohjelmaa ei pikkujouluihin ole tarjolla

Pahimmiksi kilpailijoiksi pikkujoulujen tarjoajana analyysin perusteella osoittautuivat Juhl palvelu Martta sekä Sokos hotel Alexandra ravintoloidensa Fransmannin ja Gastropub Jalon tarjonnalla. Marttojen vahvuutena on laaja menutarjonta, joissa on montaa hintatasoa. Lisäksi Martat on laajalti tunnettu järjestö, joka sijaitsee keskeisellä paikalla Jyväskylässä. Sokos hotel Alexandran ravintoloissa on tarjolla monia eri sisältöisiä menuja, joiden hintataso on sama kuin Ravintolaldean pikkujoulumenuissa. Alexandrasta voi varata pikkujouluporukan käyttöön myös saunan.

3.2 Kilpailijoista erottuminen

Tuotetta myyvän on osattava erottua kilpailijoistaan, jotta asiakas ostaisi juuri hänen palveluansa. Parantainen (2010, 41) muistuttaakin, että vaikka palvelusi olisi kuinka hyvä, siinä olisi syytä olla edes jotain kilpailevista tuotteista selkeästi erottuvia piirteitä. Asiakkaalle pitäisi tarjota mahdollisuus valintaan, sanoo Parantainen (2010, 41). Lisäksi asiakkaalta on poistettava riskin tunne, jotta hän voisi turvallisin mielin ostaa tuotteen (Parantainen 2010, 48). Luotettavuus on siis yksi tärkeimmistä avaintekijöistä asiakassuhteen luomiseksi. Asiakkaalle muodostuu tietty kuva yrityksestä jo heti ensi kontaktissa, joten positiivisen ensivaikutelman antaminen on elintärkeää. Asiakkaalle pitää kertoa alusta lähtien totuuden mukaisesti palvelutuotteesta.

Hyöty on eri asia kuin palvelun ominaisuus, muistuttaa Parantainen (2010, 59). Jotta asiakas ostaisi tuotteen, on hänen näkökulmastaan siitä oltava jotain hyötyä hänelle. Tuotetta mainostettaessa on osattava perustella väitteensä faktoin ja kertoa totuuden mukainen palvelun tarkoitus. On myös tärkeää kertoa asiakkaalle tuotteen ominaisuudet, sillä asiakas saattaa valita tuotteen juuri tietyn ainutlaatuisen ominaisuuden perusteella (Parantainen 2010, 71). Jos mahdollista, olisi hyvä tunnistaa asiakkaan ongelma. Näin on helpompaa lähteä suunnittelemaan palvelutuotetta, kun osaa kohdentaa sen tietyille tai tietyille asiakasryhmille.

3.3 Kohderyhmä

Tässä opinnäytetyössä kohderyhmänä ovat Ravintolaldean jo olemassa olevat asiakkaat, joille halutaan tarjota jotain aikaisemmasta poikkeavaa. Kohderyhmää ei haluttu laajentaa, mikä on toisaalta hyvä ja toisaalta huono asia. Positiivista vanhassa kohderyhmässä on se, että yritys tuntee jo heidät ja heidän tarpeensa. Toisaalta tällä tavoin yritys on haluton muutokseen, mikä saattaa näkyä esimerkiksi huonona asiana kilpailijoihin nähden. Kohderyhmää on kuitenkin kaikesta huolimatta laajennettava tai muutettava ennemmin tai myöhemmin. Asiakkaiden mielihalut muuttuvat suhteessa vallitseviin trendeihin ja yleiseen ilmapiiriin. Tulevaisuus näyttää, kuinka pian Ravintolaldean on ryhdyttävän kohderyhmän muutoksiin.

4 MENUUUNNITTELU

Menuuunittelu on ruokatuotannon ja koko keittiön työn lähtökohta (Lampi, Laurila & Pekkala 2009, 22). Suunnittelussa huomioidaan ravitsemukselliset tekijät, kuten ruoan sisältämät ravintoaineet sekä energiamäärä (Suominen 2000, 5). Tässä hyvänä lähtökohtana voidaan käyttää suomalaisten ravitsemussuositusten mukaista lautasmallia (Lampi ym. 2009, 26). Muita menuuunittelussa huomioitavia asioita ovat ravintolan toiminta-ajatus, liikeidea, asiakkaiden toiveet ja tarpeet sekä heiltä saatu palaute (Lampi ym. 2009, 22).

Gastronomisilla tekijöillä ovat menuuunittelussa ensiarvoisen tärkeä asema. Esimerkiksi raaka-aineilla sekä niiden käsittely- ja kypsennystavoilla voidaan vaikuttaa ruoan rakenteisiin ja muotoihin. Erilaisia kasviksia käyttämällä saadaan annoksiin väriä ja houkuttelevuutta. Gastronominen taso vaikuttaa myös ruoan ravitsevuuteen. (Lampi ym. 2009, 26.) Menuuunitteluun kuuluu osana myös erityisruokavalioiden suunnittelu, sillä ne ovat osa asiakaspalvelua. Erityisruokavalioiden vaikutus keittiön työmäärään riippuu siitä, valmistetaanko ne erikseen vai muunnetaan perusmenusta. (Lampi ym. 2009, 27.)

Ravintolan tilat, koneet ja laitteet vaikuttavat menuuunittelun mahdollisuuksiin ja rajoituksiin. Suunnittelussa tulisi huomioida laitekuormitus, eli valmistus on ajoitettava niin, että laitteiden kuormitus jakautuu valmistettaessa tasaisesti. Laitekuormitusta voidaan vähentää niin, että saman aterian ruoat ovat eri menetelmillä valmistettuja. (Lampi ym. 2009, 27.)

Menuuunittelussa huomioidaan myös henkilökunnan määrä ja ammattitaito, sekä kustannusten pysyminen mahdollisimman alhaisina. Kustannuksissa tarkastellaan lähinnä raaka-aine- sekä työkustannuksia. Näihin vaikuttavat mm. raaka-aineiden jalostusaste. Raaka-ainekustannuksiltaan edullinen ruokalaji saattaakin olla työkustannuksiltaan kallis ja vastaavasti toisinpäin. Menua suunniteltaessa tulisikin laskea kustannukset, milloin esikäsitellyt tuotteet tulevat halvemmaksi käyttää ja milloin työ kannattaa tehdä itse. (Lampi ym. 2009, 28-29.) Kustannusten lisäksi tulee huomioida myös ruoan laatu, jonka arviointiperusteena voidaan käyttää mm. maistuvuutta, es-

teettisyyttä sekä ravitsevuutta. Käytettävien raaka-aineiden jalostusastetta pohdittaessa voidaan päättää, että työt tehdään itse, jos se tuo lisäarvoa asiakkaalle. Menu-suunnittelussa tulee kuitenkin huomioida raaka-aineiden saatavuus, sillä kaikkea ei välttämättä saa esikäsiteltynä. (Lampi ym. 2009, 29.)

4.1 Lähtökohdat

Suunnittelu aloitettiin perehtymällä aluksi menu-suunnittelun perusteisiin sekä tutustumalla Ravintolaldean nykyiseen pikkujoulutarjontaan. Käytettävissä oleviin tiloihin ja laitteisiin sekä muihin resursseihin oli tutustuttu jo aiemmin muiden opintojen yhteydessä. Olemassa olevan pikkujoulutarjonnan pohjalta alettiin suunnitella uusia menuja, joiden lähtökohtana olivat monipuolisuus ja uusien makuyhdistelmien tarjoaminen asiakkaille. Tärkeinä tekijöinä suunnittelussa olivatkin gastronomiset tekijät eli aistinvaraiset ominaisuudet, joita ovat maku, tuoksu, ulkonäkö sekä rakenne (Suominen 2000, 15). Menukokonaisuuksia suunniteltiin tarkasti harkiten, komponentteja testaillen ja vaihdellen. Menut haluttiin koota keskenään mahdollisimman erilaisista raaka-aineista, jotta asiakkailla olisi valinnanvaraa. Tärkeää oli nähdä annokset ikään kuin asiakkaan silmin, sillä asiakkaalle muodostuu tietynlainen kuva ruoista jo heti ensi näkemällä.

Toimeksiantajan määrittelemät lähtökohdat olivat suuntaa antava budjetti sekä menujen uudenlaiset maut ripauksella joulua. Idean henkilökunta toivoi, että menuja kehiteltäisiin muutama erilainen. Opinnäytetyön ohjaajan kanssa käydyssä keskustelussa päädyttiin siihen lopputulokseen, että menuja tehdään neljä eri kokonaisuutta. Näin uudet menut muodostavat riittävän laajan tarjonnan, joista asiakkaat voivat valita omiin juhliinsa soveltuvan kokonaisuuden.

Menu-suunnittelussa huomioitiin menujen sisältöjen vaihtelevuus käyttämällä erilaisia raaka-aineita ja mahdollisuuksien mukaan eri ruoanvalmistusmenetelmiä. Raaka-aineiden valinnoissa pidettiin toimeksiantajan määrittelemä budjetti jatkuvasti mielessä. Suunnittelussa täytyi kuitenkin huomioida myös tilat ja laitteet, mitä oli käytettävissä. Ravintolaldean tilat ovat suhteellisen pienet ja henkilökuntaa melko vähän, mikä rajoittaa operatiivista työskentelyä. Toiminnan ei pitäisi kuitenkaan kärsiä tästä,

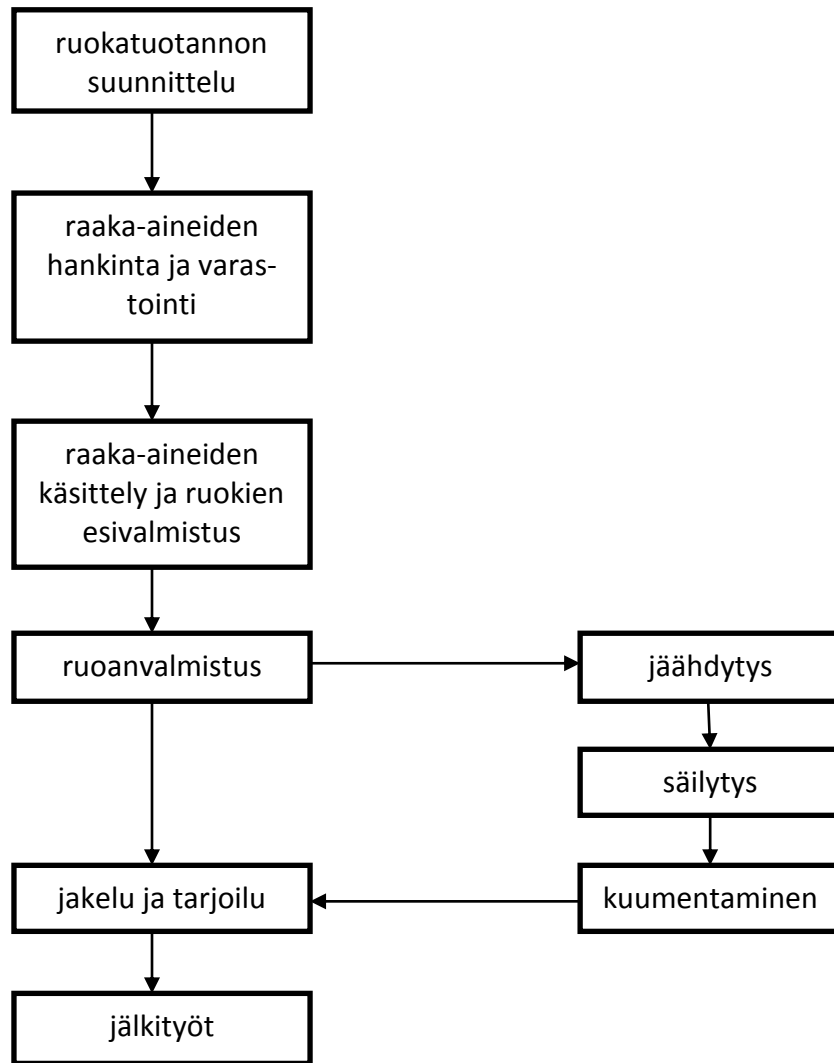
sillä ruoat on saatava asiakkaille kaikesta huolimatta. Ratkaisevana tekijänä on henkilökunnan ja Idealla työskentelevien opiskelijoiden tietotaito, asenne sekä luovuus (Ruokalistasuunnittelu, 2006).

Ravintolaldean järjestämissä pikkujouluissa tullaan tarjoamaan suunniteltujen menujen lisäksi alkupalapöytä, joka kuuluu Idean tarjoamiin pikkujoulupaketteihin. Koska pakettiin kuuluu monta eri ruokalajia, uusien menujen annoskooista laskettiin tarkoituksella hieman tavallista alhaisemmat. Suunnitteluprosessissa ei kiinnitetty erityistä huomiota ravitsemussuosituksiin, vaan ruoan muihin laadullisiin tekijöihin. Ravitsemussuositusten toteutumisen ei koettu olevan juhlatilanteissa niin tärkeässä asemassa kuin arkiruokailuissa.

4.2 Ruokatuotantoprosessit

Palvelun ydin on ennalta sovittu prosessi, jonka avulla palvelu tuotetaan ja toimitetaan asiakkaalle (Tuulaniemi 2011, 233). Ruokapalvelujen tuottaminen muodostuu monista eri prosesseista, jotka ovat keskenään yhtäaikaisessa vuorovaikutuksessa. Näihin prosesseihin kuuluvat tuottamiseen tarvittavat tiedot ja tiedonhallinta, tiedon johtaminen sekä päätöksenteko. Ruokatuotantoprosessien hallinta vaatii vahvaa organisointikykyä ja ammattiosaamista. Tarvittaessa eri tahojen kanssa voidaan luoda uutta tietoa vuorovaikutteisissa prosesseissa, ja soveltaa tietoa ruokapalvelujen suunnittelussa ja toteuttamisessa. (Taskinen 2007, 1.) Myös vanhoja tietoja tulee päivittää säännöllisesti, jotta käytössä olevat prosessit pysyvät ajan tasalla.

Ruokapalvelujen tuotantoprosessit kuvataan useimmiten toimintojen ketjuna, alkaen suunnittelusta ja päättyen jälkitöihin (ks. kuvio 2). Eri vaiheissa olevia prosesseja on käynnissä samanaikaisesti useita, ja niiden yksityiskohdat saattavat poiketa toisistaan. Limittäisiä prosesseja tuleekin ammattikeittiössä hallita useita yhtä aikaa, jotta ruokatuotanto jatkuu koko ajan sujuvana ja joustavana. Yleensä prosessien suunnittelutyötä ei ehditä viedä loppuun asti ennen kuin työt aloitetaan. Tällöin prosessi muotoutuu käytännön kautta lopulliseen muotoonsa. Lisäksi suunnitelmia muutetaan ja tarkennetaan tarvittaessa, jos käytäntö osoittaa siihen olevan aihetta. (Taskinen 2007, 15.) Laajan kokonaisuuden hallinta on tärkeää, jotta tuotanto pysyy käynnissä tauotta ja asiakkaille taataan jatkuva palvelujen saanti.



KUVIO 2. Ruokatuotantoprosessi (Taskinen 2007, 16)

Ruokapalvelutoiminnan suunnittelun lähtökohtana on organisaation liikeidea. Se ohjaa kaikkea tuotteista ja palveluista alkaen, määrittelee strategiat ja toimintatavat sekä tavoitellun lopputuloksen. (Taskinen 2007, 21.) Ruokapalvelun kokonaislaatu muodostuu kolmesta osasta: tuotelaadusta, palvelun laadusta ja toiminnan laadusta (ks. kuvio 3). Aistinvarainen arviointi on tärkeä edellytys kokonaisvaltaisen laadun onnistumiselle, ja sillä voidaan tukea laadunvalvontaa. Laatuun vaikuttavia päätöksiä tehdään useissa eri vaiheissa, niin strategisella kuin operatiivisellakin tasolla. Kokonaislaatuun liittyvistä tekijöistä osa on organisaation omia strategisia päätöksiä, osa pohjautuu lainsäädäntöön. Lain mukaan ammattikeittiöillä on oltava esimerkiksi omavalvontasuunnitelma, jota toteutetaan kirjallisena. (Taskinen 2007, 22.)



KUVIO 3. Ruokapalvelun kokonaissuunnitteluun vaikuttavat tekijät (Taskinen 2007, 23)

4.3 Menujen vakiointi

Vakioiminen on tuotteen, palvelun tai jonkin niihin liittyvän prosessin kehittämistä monistettavaksi tai uudelleen toistettavaksi (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 19). Ruokaohjeiden vakiointi on siis osa ammattikeittiön tuotesuunnittelua. Ammattikeittiössä ruoanvalmistus ja menusuunnittelu perustuvat vakioituihin ruoanvalmistusohjeisiin, joilla varmistetaan jatkuvasti haluttu annosmäärä ja ruoan tasainen laatu. Ruoan laatu koostuu maistuvuudesta, houkuttelevasta ulkonäöstä, suositusten mukaisesta ravintosisällöstä ja hygieenisyydestä. (Lampi 2009, 125.)

Tämän opinnäytetyöprosessin aikana suunniteltujen pikkujoulumenujen ruokaohjeet vakioitiin syksyllä 2011. Vakioituja menujen komponentteja oli yhteensä 20 kappaletta. Vakioimisjärjestyksessä pyrittiin noudattamaan menujen sisältöä testaamalla yhden menun komponentit kerrallaan päivän aikana. Se onnistuikin melko hyvin, joskin osaa tuotteista pystyi arvioimaan vasta seuraavana päivänä. Työnjako vakioimispäiville tehtiin ennakkoon, jotta keittiössä päästiin heti töihin. Aikaa varattiin riittävästi jokaiselle menulle, koska niihin haluttiin keskittyä yksi kerrallaan.

Vakiointiprosessiin kuuluvat olennaisena osana annosten maistelu ja maun arvioiminen. Opinnäytetyön tekijöiden lisäksi maisteluun osallistui yksi ravintola-alaa opiskeleva henkilö. Kolmen henkilön arvioinnit koettiin riittäväksi muodostamaan menuista halutunlaisia. Maistelut suoritettiin menu kerrallaan, jotta makujen toimivuudesta saatiin muodostettua kokonaiskuva. Maistelutilaisuudessa huomioitiin annosten maku, haju, ulkonäkö ja komponenttien yhteensoveltuvuus. Maisteluiden yhteydessä jokaisen mielipiteet menuista kirjattiin ylös, jotka opinnäytetyön tekijät kävivät läpi jatkaessaan menujen kehittämistä. Komponentteja muokattiin useana vakioimispäivänä, kunnes lopputulokseen oltiin tyytyväisiä. Menukokonaisuudet on esitelty taulukon muodossa (liite 1. Menutaulukko).

Valmiista menuista koottiin Jamixiin annoskortit, joihin lisättiin myös valokuvat. Annoskortit ovat tuotesuunnittelussa syntyneitä menusuunnittelun apuvälineitä, joista selviävät valmistettavan ruokalajin valmis määrä, annoskoko sekä annosmäärä. Annoskortti sisältää vakioidun ohjeen valmistettavasta ruokalajista ja siihen kuuluvista lisäkkeistä. Lisäksi siinä ilmaistaan ruokalajiin tarvittavat raaka-ainemäärät osto- ja käyttöpainoina. Annoskortista löytyvät myös raaka-aine- sekä myyntihinnat. (Lampi 2009, 24.)

4.4 Kustannuslaskenta

”Kustannuslaskenta- käsitettä käytetään tavallisesti, kun lasketaan jonkin yrityksen osatoiminnon ja erityisesti sen eri tuotteiden kannattavuutta ja selvitetään suoritekohtaisia kustannuksia” (Taloussanomat). Tässä opinnäytetyössä tehtiin menujen kustannuslaskentaa. Laskelmat sisältävät Jamix-ruokaohjelman avulla tehdyt raaka-ainekustannuslaskelmat ja annoshinnat. Toimeksiantajalta saatiin jo työn alussa suositus, että menujen lopulliset hinnat tulisivat olemaan 25–40 euron välillä. Näin siksi, että käytäntö on osoittanut tämän myyvimmäksi hintatasoksi. Kun menut oli hahmoteltu lähes valmiiksi, niille laskettiin alustavat hinnat. Menujen sisältöjä muokattiin vielä jonkin verran, jotta hinnat saatiin tavoitteiden mukaisiksi.

Katetuottoprosentin perusteella lasketun hinnoittelukertoimen avulla laskettiin lopulliset myyntihinnat (ks. kuvio 4). Hinnoittelukertoimella tarkoitetaan lukua, jolla tuotteen raaka-ainehinta kerrotaan myyntihinnan määrittämiseksi (Seelander & Valli 2007, 82). Idean uusien pikkujoulumenujen katetuotto on 75 %, jotta se riittää kattamaan kulut, mutta hinnat eivät kuitenkaan nouse liian korkeaksi.

Hinnoittelukerroin=

$$\frac{100}{(100 - \text{myyntikate}\%)}$$

KUVIO 4. Hinnoittelukerroin

Laskelmien perusteella myyntihinnat olisivat olleet kaksi euroa edullisemmat kuin ne lopulta olivat. Toimeksiantaja halusi kuitenkin korottaa laskettuja hintoja huomioiden mahdolliset raaka-ainekustannusten vaihtelut. Lopulliset myyntihinnat sijoituivat välille 31–42 euroa, mikä vastasi tavoiteltua hintatasoa riittävän tarkasti (ks. taulukko 1).

TAULUKKO 2. Kustannuslaskelmat

	Menu 1	Menu 2	Menu 3	Menu 4	Alkupalapöytä
annoshinta	4,68	5,52	6,02	3,3	<u>3,93</u>
annos + alkupalapöytä	8,61	9,45	9,95	7,23	
hinnoittelukerroin 4					
Katteelliset annoshinnat	34,44	37,80	39,80	28,92	
Lopullinen myyntihinta	37	40	42	31	

5 SWOT- ANALYYSI: IDEAN UUSIEN PIKKUJOULUMENUJEN TOTEUTUS

Idean uusien pikkujoulumenujen toteutuksesta tehtiin SWOT -analyysi, jonka avulla tarkasteltiin yrityksen ulkoista ja sisäistä toimintaympäristöä (ks. taulukko 2). Analyysissä pohdittiin yrityksen sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia sekä ulkoisia mahdollisuuksia ja uhkia. Sen avulla pystyttiin hahmottamaan paremmin Idean toimintaa ja huomattiin, mihin asioihin pitäisi jatkossa kiinnittää enemmän huomiota.

TAULUKKO 3. SWOT- analyysi: Idean uusien pikkujoulumenujen toteutus

Vahvuudet SISÄINEN <ul style="list-style-type: none"> - ei-perinteinen jouluateria - erilaisia menuja (monipuolisuus) - suunnittelijoiden into ja innovatiivisuus - henkilökunnan ammattitaito - valmis toimintaympäristö - Jamix ruoka- ja varasto-ohjelmisto ja sen helppokäyttöisyys 	Heikkoudet SISÄINEN <ul style="list-style-type: none"> - uudistuksia ei haluta toteuttaa - rutinoituneisuus - markkinointiin ei panosteta tarpeeksi - ahtaat tilat työskentelyyn
Mahdollisuudet ULKOINEN <ul style="list-style-type: none"> - kysyntää riittää - uusia asiakkaita - ravintolan tietoisuus kasvaa ”markkinoilla” - pikkujoulut saavat Idean erottumaan kilpailijoistaan - luo uusia trendejä 	Uhat ULKOINEN <ul style="list-style-type: none"> - ei tavoita asiakkaita eli ostajia - kilpailijat vievät Idean asiakkaat - asiakkaiden tarpeet muuttuvat - asiakkaat uudistushaluttomia - trendien liian nopeat muutokset - väärät kanavat (väärät asiakkaat)

5.1 Vahvuudet

Pikkujoulujen sisäisistä vahvuuksista tärkein on jouluaterian erilaisuus. Idean uudet pikkujoulumenuut eivät ole perinteisiä, vaan niissä haluttiin käyttää mielikuvitusta unohtamatta kuitenkaan tyyliä ja jouluteemaa. Menukokonaisuuksia suunniteltiin neljä erilaista, jolloin asiakkaalla on vara valita haluamansa menu.

Sisäisenä vahvuutena ovat myös suunnittelijoiden into ja innovatiivisuus sekä henkilöstön ammattitaito. Näiden vahvuuksien avulla saatiin kehitettyä uusia pikkujoulu-

menuja, jotka ovat useamman eri näkökulman tuotoksia. Vahvuutena ovat lisäksi valmis toimintaympäristö sekä Jamix-ohjelmiston helppokäyttöisyys, jolloin koko ”tapahtumaa” ei tarvitse luoda tyhjästä ja reseptit löytyvät nopeasti tietokannasta.

5.2 Heikkoudet

Idean uusien pikkujoulujen toteutuksen suurimmat sisäiset heikkoudet lienevät henkilökunnan uudistuksen vastaisuus ja rutinoituneisuus. Pitkällä aikavälillä tai pahimassa tapauksessa jo nyt kyseiset heikkoudet jarruttavat Idean toimintaa. Toisaalta, toiminnan kehitys riippuu myös budjetoinnista ja Idean resursseista. Lisäksi markkinointiin panostetaan vain vähän, minkä vuoksi asiakkaisiin ei saada kontaktia. Myös Idean tilojen ahtaus haittaa työskentelyä, mikä saattaa näkyä valmiissa tuotteessa.

Jotta heikkoudet saataisiin muutettua vahvuuksiksi, on henkilökunnan havahduttava ja tarkasteltava toimintaansa ”ulkopuolelta”. Rutiinit toki pitävät toiminnan järjestelmällisenä ja kenties tehokkaana, mutta liiallinen toisto pitäisi saada pois. Jo pienet rutiinista poikkeavat teot saavat aikaan muutoksen, mikä vaikuttaa Idean koko toimintaan. Vaikka muutos ei olisikaan aluksi positiivinen, olisi se silti askel oikeaan suuntaan. Muutoksia edistämässä on Idean toimiminen Jyväskylän ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoiden oppimisympäristönä, jolloin opiskelijat pääsevät avustamaan Idean henkilökuntaa esimerkiksi toiminnan kehittämisessä.

5.3 Mahdollisuudet

SWOT-analyysin kolmas tarkastelualue on ulkoiset mahdollisuudet. Idean uudet pikkujoulut voivat kasvattaa kysyntää, ja pikkujoulujen avulla voidaan saada vanhojen asiakkaiden rinnalle myös uutta asiakaskuntaa. Samalla ravintolan tunnettavuus markkinoilla voi kasvaa aivan uusiin ulottuvuuksiin. Mahdollisuutena on lisäksi Idean erottuminen kilpailijoistaan, mikä edistää kysynnän kasvua. Ihannetapauksessa Idea voi jopa luoda uusia trendejä, jolloin sillä on selvä kilpailuetu muihin pikkujoulujen tarjoajiin.

Mahdollisuuksia on osattava hyödyntää, jotta ne parantaisivat toimintaa näkyvästi. On hyvä muistaa, että mahdollisuudet eivät muutu yrityksen vahvuuksiksi ilmaiseksi. Toisin sanoen kyse on eräänlaisesta vuorovaikutussuhteesta. Esimerkiksi kysyntään

on vastattava tarjoamalla asiakkaille heidän tarpeitaan vastaavia tuotteita ja palveluja. On löydettävä keinot, joilla erotutaan kilpailijoista. Taustalla tulisi olla halu uudistua ja kokeilla eri tapoja toimia, sillä vain jatkuvalla kehittämisellä mahdollisuudet saadaan hyödynnettyä.

5.4 Uhat

Idean pikkujoulujen toteutuksen suurimpana ulkoisena uhkana saattaa olla se, että uudistetut pikkujoulut eivät tavoita asiakkaita eli ostajia. Asiakkaiden tarpeet voivat muuttua, eikä Idea välttämättä pysy kilpailijoiden kyydissä. Trendit voivat muuttua liian nopeasti, jolloin Idean pikkujoulut saattavat olla jo ns. menneen talven lumia. Toisaalta uhkana voi olla myös se, etteivät asiakkaat innostukaan uusista menuista, vaan haluavat perinteisiä jouluruokia. Uhkana on myös väärin kanavien käyttö, jolloin kohdeasiakkaita ei saavutetakaan.

Nämä uhat voidaan välttää sillä, että jo heti pikkujoulujen ensimmäisessä suunnitteluvaiheessa huomioidaan asiakkaiden tarpeet ja tarkastellaan niin sisäistä kuin ulkoista toimintaympäristöä. Oikeiden kanavien löytäminen ei ole välttämättä helppoa, mutta kattavalla analysoinnilla ja kokeilemalla oikeat kanavat varmasti löydetään. Idean henkilökunnan on myös muistettava päivittää tietoaan ja seurata vallitsevia trendejä, jotta Idea ei jäisi markkinoiden ulkopuolelle. Tulevaisuutta on toki vaikea ennustaa, mutta aina kannattaa ajatella hiukan aikaansa edelle. Näin uhat tunnistetaan ajoissa ja mahdollisuudet voidaan hyödyntää ennen kuin ne menevät ohi.

6 TUOTTEEN TESTAUS ASIAKKAALLE

Menu suunnitteluun liittyen tarkoituksena oli olla osallisena ainakin yhdessä pikkujoulujen toteutuksessa, jotta menujen toimivuus pystyttäisiin testaamaan myös käytännössä. Opinnäytetyö on osittain toiminnallinen, joten pikkujoulutoteutus oli opinnäytetyöprosessin kannalta oleellinen osa. Yksi suunnitelluista menuista päästiinkin lanseeraamaan käytäntöön JAMK:n henkilöstön pikkujouluissa 2.12.2011. Pikkujouluhin osallistui noin 250 henkilöä, joten ne toteutettiin Dynamon puolella, vaikka tilaus kirjattiinkin Ravintolaldealle. Kanssamme illan palvelut toteutti HAMARA, johon

kuuluu 15 opiskelijaa. HAMARA Food & Service on Jyväskylän ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoiden syksyllä 2011 perustama yritys, joka tarjoaa catering- ja pitopalveluja.

Pikkujoulujen tarjouspyynnön perusteella illan menuksi valikoitui neljäs vaihtoehto. Menu sisälsi maissilla paneroitua kalkkunaa, perunamoussea, karpalokastiketta sekä viskillä maustettua pekaanipähkinä-suklaapiirasta vaniljakastikkeella. Alkupalapöytä sisälsi Idean pikkujouluissa yleensä tarjottavia ruokia, muun muassa kaloja ja erilaisia salaatteja. Alkupalat tarjottiin noutopöydistä, pää- sekä jälkiruoat tarjoiltiin lautasannoksina pöytiin.

6.1 Esivalmistelutyöt

Pikkujoulujen suunnittelu aloitettiin yhteisellä kokouksella, jossa olivat paikalla kaikki toteutukseen osallistujat. Kokouksessa keskusteltiin pikkujouluhin liittyvistä asioista sekä sovittiin tehtävänjako, vastualueet ja toteutusaikataulu. Keittiötiimiin kuului kuusi henkilöä, jotka jakautuivat työpareiksi ja jatkoivat suunnittelua omien osuuksien tarkennuksilla ja ajoituksilla.

Esivalmistelujen yksi tärkeimmistä osuuksista oli raaka-ainetilausten tekeminen, joissa tuli laskea ruokien riittävyys koko henkilömäärälle, mukaan lukien illan työntekijät. Lisäksi huomioitiin erityisruokavalioiden tarpeet, jotka oli kerrottu ilmoittautumisten yhteydessä. Erityisruokavalioita noudattaville kehitettiin erikseen mm. jälkiruokia, kastike sekä perunalisäke. Periaatteena ruokien kehityksessä oli tarjota kaikille osallistujille mahdollisimman samanlaista ruokaa.

Ruokien esivalmistelutyöt aloitettiin Dynamon keittiössä keskiviikkona 30.11 valmistamalla jälkiruokapiiraat, joista tehtiin erikseen laktoositon versio. Pekaanipähkinä-suklaapiiras mehevöityy ajan kuluessa, joten se oli hyvä tehdä valmiiksi asti pari päivää ennen tarjoilua. Maidoton ja gluteeniton jälkiruoka oli omenalla täytetty unelmatorrttu, joka täytettiin torstaina.

Torstaina 1.12 esivalmisteluja jatkettiin Idean keittiössä. Silloin tehtiin valmiiksi kaikki ruoat, joiden reseptiikka sen mahdollisti. Perjantaina viimeistelyä vaatineet ruoat misattiin mahdollisimman pitkälle torstaina, jotta ne saataisiin varmasti ajoissa val-

miiksi. Perunamousse päätettiin valmistaa perunakakun muodossa, jotta se oli helpompi lämmittää sekä annostella kauniisti ja nopeasti annoksia koottaessa.

6.2 Tapahtumapäivän toiminta

Perjantaiamu aloitettiin pienimuotoisella palaverilla, jonka jälkeen siirryttiin keittiöön valmistelemaan ruokia. Edellisenä päivänä Idealla valmistellut tuotteet siirrettiin Dynamon keittiöön, jossa ruokien viimeistely siis tapahtui. Työskentely jatkui työpareittain, joustavasti työtehtävistä toisiin siirtyen. Hyvissä ajoin ennen vieraiden saapumista alkupalapöydän lautaset koottiin koristelua vaille valmiiksi ja pääruoan eri komponentit viimeisteltiin lämmitystä vaille valmiiksi. Myös jälkiruokapiiraat leikattiin annospaloiksi ja aseteltiin lautasille.

Vieraiden alkaessa saapumaan paikalle koottiin aulassa sijaitsevat alkupalapöydät valmiiksi. Samaan aikaan keittiössä valmistauduttiin jo pääruoka-annosten nostamiseen, jotta se saataisiin sujumaan mahdollisimman nopeasti. Annosmäärä, n.250kpl, antoi oman haasteensa toiminnalle. Haasteena oli mm. pystyä pitämään annoksen osat riittävän lämpöisinä asiakkaalle asti, ilman että ne kuivuvat uunissa liikaa. Lisäksi kaikkien annosten tuli näyttää keskenään samalta. Annoksia kootessa jokainen kokki huolehti omasta osuudestaan, joten asettelu pysyi samanlaisena loppuun asti. Annokset koottiin kokkien edetessä jonossa, lautasten pysyessä paikoillaan. Lisäksi yksi kokki huolehti erityisruokavalioiden.

Jälkiruoat oli jo aiemmin aseteltu valmiiksi lautasille, joten tarjoilun alkaessa niihin vain annosteltiin vaniljakastike. Viimeisten jälkiruokien lähtiessä keittiöstä aloitettiin jälkityöt, joista tiski oli aikaa vievin. Epäselvyyttä aiheutti mm. kullekin laseille kuuluvat korit, sekä puhtaiden astioiden loppusijoituspaikat. Lopulta tiskaaminen ja salin siivoaminen vei niin paljon aikaa, että loput siivoamiset jätettiin lauantaille.

6.3 Palaute

Palautetta pikkujouluista tuli eri kanavia pitkin melko runsaasti. Osa asiakkaista oli antanut palautetta suoraan tarjoiluhenkilökunnalle, osa laittoi sen jälkeenpäin sähköpostilla. Varsinaista asiakaspalautekyselyä ei kuitenkaan tehty. Henkilökunta kes-

kusteli illan onnistumisista ja epäonnistumisista myös keskenään, jotta ilmi tulleet asiat osattaisiin ottaa seuraavalla kerralla huomioon.

Henkilökunnan sisäisessä palautteessa tärkeimmäksi asiaksi nousi keittiön ja salin yhteistyö, joka ei sujunut kovin hyvin. Ratkaisuna ongelmaan olisi ollut keittiö- ja salipääälliköiden nimeäminen etukäteen, ja yhteistyön tapahtuminen heidän kautta. Tapahtumapäivän aikataulun tarkempi suunnittelu olisi auttanut varautumaan paremmin viivästyksiin. Myös keittiön työtehtävät ja vastuualueet olisi tullut aikatauluttaa ja jakaa vielä tarkemmin, jotta koko ajan olisi ollut selvillä kuka tekee mitäkin ja missä vaiheessa.

Pääosa asiakaspalautteesta koski ruoan laatua. Useimmissa mainittiin kalkkunan olleen kuivaa. Tämä johtui osittain liian pitkästä paistoajasta, osittain liian pitkästä lämpösäilytyksestä. Karpalokastikkeen annoskoko olisi myös voinut olla hieman suurempi. Viskillä maustettua pekaanipähkinä-suklaapiirasta kehuttiin illan aikana useaan otteeseen. Kokonaisuutena annos oli toimiva ja näytti hyvältä. Iso annosmäärä ja keittiötilojen rajallinen kapasiteetti olivat osaltaan vaikuttamassa annosten onnistumiseen, ja nämä huomioiden illan toteutus onnistui odotusten mukaisesti.

7 POHDINTA

Opinnäytetyötä aloittaessamme suunnitelmissa oli saada työ valmiiksi syksyyn 2011 mennessä. Työn aihe kuitenkin vaihtui alkuvaiheessa ja lopullisen toimeksiannon sisältö venytti aikataulua. Koska aiheeksi muotoutui pikkujoulumenujen suunnittelu, johon kuului myös toiminnalliset osuudet, opinnäytetyön kirjoitusprosessia jouduttiin pidentämään kevääseen 2012 asti. Työn lopullista valmistumista pitkitti myös kirjoitusprosessin väliin osunut työharjoittelu ulkomailla. Työn kirjallista osuutta kootessa oli haastavaa rajata olennaiset aihealueet ja löytää niistä tärkeimmät sisällöt. Aiheeseen liittyvää lähdemateriaalia löytyi runsaasti, mutta haasteena oli valikoida opinnäytetyön kannalta hyödyllisimmät. Järkevää olisi ollut aikatauluttaa enemmän työn etenemistä, jotta olisimme edenneet yksi kokonaisuus kerrallaan. Nyt kirjoittamisprosessi keskeytyi aina toiminnallisten osuuksien aikana. Olisi ollutkin hyvä tehdä

omia välietappeja työn etenemiseksi. Toimeksiantajan puolesta ensimmäinen deadline oli elo-syyskuu 2011, jolloin menujen ja niiden kustannusten tuli olla hahmoteltu, koska pikkujouluja alettiin silloin markkinoida asiakkaille.

Opinnäytetyössä ei ollut tutkimusongelmaa, koska kyseessä oli toiminnallinen kehittämissä. Työn tavoitteena oli aikaansaada muutos Idean pikkujoulutarjontaan ja näin parantaa tarjonnan vastaamista kysyntään. Tärkein aihealue opinnäytetyösämme on menusuunnittelu, joka muodostaa työn perustan. Menujen suunnittelu aloitettiin touko-kesäkuussa 2011 ja ne saatiin vakioimista vaille valmiiksi heinäkuun aikana. Suunnittelu oli haastavaa ja opettavaa, sillä kummallakaan meistä ei ole ravintola-alan taustaa. Siksi halusimmekin tarttua tähän haasteeseen ja kehittää käytännön ammattitaitoamme.

Menusuunnittelun apuna käytimme Jamix- ruokaohjelmistoa, joka oli olennainen osa suunnittelua. Se auttoi mm. hahmottamaan raaka-aineiden määriä ja kustannuksia. Jamix on vasta otettu käyttöön Jyväskylän ammattikorkeakoulussa, joten opettelimme sen käytön osana opinnäytetyöprosessia. Ohjelmisto osoittautuikin monipuoliseksi ja helppokäyttöiseksi. Suunniteltujen ruokien reseptit kirjattiin Jamixiin, minkä jälkeen aloitimme niiden vakioimisen. Vakioinneissa pääsimme käytännössä testaamaan suunnittelemiämme menuja ja niiden toimivuutta. Huomasimme, että osa resepteistä vaati useamman testauksen ennen kuin ne olivat käyttövalmiita. Samalla tuotetta pystyi tarvittaessa jatkokehittämään haluttuun suuntaan.

Yksi suunnitelluista menuista lanseerattiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun henkilöstön pikkujouluissa 2.12.2011. Lanseeraus auttoi hahmottamaan ison asiakastilaisuuden kulkua ja asioita, joita pitää menusuunnittelussa ottaa huomioon. Emme olleet aiemmin opiskeluaikana päässeet toteuttamaan näin suurta tapahtumaa, jossa ruoat tarjoillaan lautasannoksina. Tulevaisuutta ajatellen opimme monia käytännön asioita, joita hyödyntää jatkossa. Huomasimme, kuinka tärkeää suunnitelmallisuus on kokonaisuuden hallinnan kannalta. Kaikki työtehtävät ja niiden tekijät on hyvä määritellä ennalta tarkasti, jotta itse toteutus etenisi sujuvasti.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa oli alusta lähtien molemmin puolin innostunutta, vaikka ensin aiheen rajausta tuottikin haasteita. Pidimme toimeksiantajan ajan tasalla menujen suunnittelun etenemisestä koko opinnäytetyöprosessin ajan, jotta he pystyivät halutessaan kommentoimaan menujen sisältöä. Valmiit menut esiteltiin ja maistatettiin toimeksiantajalle, joka hyväksyi ne pienin muutoksin. Teimme menuista markkinointitiedotteen (liite 2. Markkinointitiedote), joka toimeksiantajan oli alun perin tarkoitus lähettää aiemmin pikkujouluja Ideassa viettäneille yrityksille. Tiedote jäi kuitenkin lähettämättä, joten uusien menujen markkinointi ei toteutunut alkupe-
räisen suunnitelman mukaan. Pikkujoulumenuja paremmin markkinoimalla voitaisiin niiden kysyntää kasvattaa sekä lisätä Idean tunnettavuutta. Kokonaisuutena yhteistyö toimeksiantajan kanssa oli sujuvaa ja vuorovaikutteista.

Jatkossa menuja voidaan pienin muutoksin käyttää muissakin tilaisuuksissa ja tehdä komponenteista erilaisia yhdistelmiä. Näin toimeksiantaja voi käyttää reseptejä monipuolisesti uusiin tarkoituksiin. Tulevaisuudessa voimme hyödyntää opittuja asioita alan työtehtävissä, esimerkiksi ruokalistojen tai juhlien suunnittelussa. Opinnäytetyön myötä karttunut ammattisanasto auttaa meitä ymmärtämään ravintola-alaa entistä selkeämmin. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyöprosessi osoitti, kuinka paljon erilaisia huomioon otettavia seikkoja menujen kehittämiseen sisältyy ennen kuin menu on valmis asiakkaalle.

LÄHTEET

Gringos Locos. 2011. Pikkujoulut. Viitattu 2.10.2011.

<http://www.ravintola.fi/pikkujoulut/jyvaskyla/gringos.php>

Gummesson, E. 2004. Suhdemarkkinointi 4P:stä 30R:ään. Hämeenlinna: Karisto.

Hyysalo, S. 2006. Käyttäjätieto ja käyttäjätutkimuksen menetelmät. Helsinki: Edita.

Internetix opinnot. Tulevaisuudentutkimuksen perusteet. Viitattu 2.9.2011.

[http://opinnot.internetix.fi/fi/muikku2materiaalit/lukio/muut/tutu/4_muutoksen_y](http://opinnot.internetix.fi/fi/muikku2materiaalit/lukio/muut/tutu/4_muutoksen_ymmartami-)

[mmartami-](http://opinnot.internetix.fi/fi/muikku2materiaalit/lukio/muut/tutu/4_muutoksen_ymmartami-nen_ja_muuttuva_toimintaymparisto/05_trendit?C:D=1819199&m:selres=1819199)

Jaakkola, E., Orava, M. & Varjonen, V. 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua - Opas yrityksille. Helsinki: Libris.

Joensuun yliopisto. Taloustieteet. Viitattu 2.9.2011.

[http://www.joensuu.fi/taloustieteet/markkinointi/kuluttajamarkkinointi/kul4main.ht](http://www.joensuu.fi/taloustieteet/markkinointi/kuluttajamarkkinointi/kul4main.htm)

Juhlapalvelu Martta. 2011. Pikkujoulut. Viitattu 2.10.2011.

http://www.juhlapalvelumartta.fi/?page_id=201

Jyväshovi. 2011. Onnistuneet pikkujoulut. Viitattu 2.10.2011.

<http://kampanja.jyvashovi.fi/>

Jyväskylän ammattikorkeakoulu. 2011. Ravintolaidea- elämyksiä piipun juurella. Viitattu 5.10.2011.

<http://www.jamk.fi/yleisolle/ravintolaidea>

Keinonen, T. & Jääskö, V. 2004. Tuotekonseptointi. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.

Kokkonen, V., Kuuva, M., Leppimäki, S., Lähteinen, V., Meristö, T., Piira, S. & Sääskilahti, M. 2005. Visioiva tuotekonseptointi. Työkalu tutkimus- ja kehitystoiminnan ohjaamiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.

Kuha, M. 2010. Tuotekehitystyön toimintamalli. Innovaatioprosessi. Optima- työtila. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Lampi, R., Laurila, A. & Pekkala, M-L. 2009. Ruokapalvelut työnä. Helsinki: WSOY.

Lehtonen, A. 2011. Ravintola Näsinneula 40 vuotta. Menusuunnittelu juhluvuodelle 2011. Opinnäytetyö. Tampereen ammattikorkeakoulu, hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma. Viitattu 25.11.2011.

https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/27598/Lehtonen_Anni.pdf?sequence=1

Lutakon Leidi. 2011. Juhlatilaisuudet yrityksille. Viitattu 2.10.2011.

<http://www.lutakonleidi.fi/palvelut/juhlatilaisuudet-yrityksille>

Opetushallitus, etälukio. Mitä markkinointi on? Viitattu 12.10.2011.

<http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=291>

Parantainen, J. 2010. Tuotteistaminen - Rakenna palvelusta menestystuote 10 päivässä. Helsinki: Talentum.

Päijänneristeilyt. 2011. Pikkujoulut. Viitattu 2.10.2011.

www.matkarhea.fi/index.php?tid=5

Rantasipi Laajavuori. 2011. Ohjelmalliset pikkujoulut Laajavuorella! Viitattu 2.10.2011. www.rantasipi.fi/hotellit/laajavuori/ravintolat/fi_FI/ravintolat/

Ravintola Pöllöwaari. 2011. Joulun odotusta ravintola Pöllöwaarissa. Viitattu 2.10.2011. <http://www.hotelliyopuu.fi/kansio/?aihe=Joulumenu>

Ravintola Vesilinna. 2011. Jouluillallinen. Viitattu 2.10.2011. <http://www.vesilinna-restaurant.fi/index.php?page=272&lang=1>

Rope, T. 1999. Lanseerausmarkkinointi. Porvoo: WSOY.

Scandic hotels. 2011. Tarjoukset. Viitattu 2.10.2011.
<http://www.scandichotels.fi/Tarjoukset/K kaikki-tarjoukset/Joulu-ja-uusi-vuosi/Pikkujoulut-Jyvaskylassa1/>

Seelander, K. & Valli, V. 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.

Sohwi. 2011. Sohwin pikkujoulumenut. Viitattu 2.10.2011.
<http://www.sohwi.fi/ruokajuoma.php?f=10&t=39>

Suomen virtuaaliammattikorkeakoulu. 2006. Ruokalistasuunnittelu. Viitattu 25.11.2011.
http://www2.amk.fi/mater/ravitsemisala/tietojrtph/ruokalistasuunnittelu_13073.html

Suominen, M. Ruokalistasuunnittelun opas. 2000. Helsinki: Vammalan kirjapaino.

Taloussanommat. Kustannuslaskenta. Viitattu 2.9.2011.
<http://www.taloussanommat.fi/porssi/sanakirja/termi/kustannuslaskenta/0>

Taskinen, T. 2007. Ammattikeittiöiden ruokatuotantoprosessit. Raportti. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Turunen, M., Lundan, J., Arjanmaa, T. Tampereen yliopisto. Ravintolan annoskortti. Viitattu 2.9.2011. <http://www.cs.uta.fi/ipoppla/www/ipoppla03/arlu/laskutus.html>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino.

Viikinkiravintola Harald. 2011. Haraldin herkullinen pikkujoulumenu. Viitattu 2.10.2011. <http://www.ravintolaharald.fi/ruoka--ja-juomalistat/pikkujoulu>

Wanhan turbiinin Ravintola=Sanomat 3.9.2001.

LIITTEET

Liite 1. Menutaulukko

	Menu 1	Menu 2	Menu 3	Menu 4
Pääraaka- aine	Neilikkaista härän ulkofileetä <ul style="list-style-type: none"> • suolan ja pippurin lisäksi neilikkaa mausteena-> jouluisuus 	Villisian ulkofileetä <ul style="list-style-type: none"> • eksoottinen, perinteisen joulukinkun korvaaja 	Ruiskuorrutettua kuhaa <ul style="list-style-type: none"> • ruiskuorrute erikoisempi lähestymistapa perinteeseen 	Maissilla paneroitua kalkkunaa <ul style="list-style-type: none"> • amerikkalainen joulu taustalla (koko menussa)
Kastike	Dijon- kastiketta <ul style="list-style-type: none"> • pehmentää aterialla 	Kanelista punaviinikastiketta <ul style="list-style-type: none"> • ”lisämausteena” kaneli -> jouluisuus 	Appelsiini-pomeranssikastiketta <ul style="list-style-type: none"> • maku ja keltainen väri raikas lisä annokseen 	Karpalokastiketta <ul style="list-style-type: none"> • antaa väriä ja makua annokseen
Lisäke	Tomaattista riisiä <ul style="list-style-type: none"> • mausteina mm. inkivääriä ja chiliä • keitetään tomaattimehussa-> väri+maku 	Bataatti-perunaruusukkeita <ul style="list-style-type: none"> • uudenlainen näkökulma perunalisäkkeeseen • mausteena mm. tuore basilika 	Yrttipurunapyreetä <ul style="list-style-type: none"> • vihreys ja yrttisyys (tuoreista yrtteistä) vastaparina kuhalle ja kastikkeelle 	Perunamoussea <ul style="list-style-type: none"> • ei tavallisen muusi-> mousse sis. mm. parmesania
Lämmin lisäke	Grillattuja paprikoita <ul style="list-style-type: none"> • antavat väriä ja miettoa makua 	Hunajaisia lanttuomenakuutioita <ul style="list-style-type: none"> • jouluisia makuja 	Karamellisoidut omenat <ul style="list-style-type: none"> • makean aromeja • mausteina mm. inkivääri ja kardemumma-> jouluisuus 	Paahdetut keskäkurpitsakuutiot <ul style="list-style-type: none"> • tuovat väriä ja eri makuja
Jälkiruoka	Chilisuklaavaahtoa <ul style="list-style-type: none"> • käytetty vahvoja aromeja (chili, suklaa, kahvi) 	Puolukkakakkua ja kinuskikastiketta <ul style="list-style-type: none"> • suomalaisia makuja • kastike tuo tarvittavaa makeutta 	Valkoviinissä keitettyä päärynää ja mascarponevaahtoa <ul style="list-style-type: none"> • valkoviinistä (kalan kanssa) uudenlainen näkökulma-> kastikkeen sijaan 	Viskillä maustettua pekaanipähkinäsuklaapiirasta ja vaniljakastiketta <ul style="list-style-type: none"> • kastiketta

			jälkiruokaan	maustettu viskillä •tuhti pii- ras-> kastike pehmentää
--	--	--	--------------	--

Liite 2. Markkinointitiedote

Pikkujoulut 2011 Ravintolaideassa

Ravintolaidean pikkujouluja on uudistettu neljällä erilaisella menukokonaisuudella, joilla pääsee makumatkoille jouluisissa tunnelmissa. Menu sisältää alkupalapöydän, pääruoan, jälkiruoan sekä leipäpöydän ja alkoholittomat ruokajuomat. Menuvaihtoehtoina ovat:

Menu 1 Neilikkaista härän ulkofileetä, tomaattista riisiä ja dijon- kastiketta

Chili-suklaavaahtoa
37 €

Menu 2 Villisian ulkofileetä, bataatti-perunaruusukkeita ja kanelista punaviinikastiketta

Puolukkakakkua
40 €

Menu 3 Ruiskuorrutettua kuhaa, yrttiperunapyreetä ja appelsiini-pomeranssikastiketta

Valkoviinissä keitettyä päärynää ja mascarponevaahtoa
42 €

Menu 4 Maissilla paneroitua kalkkunaa, perunamoussea ja karpalokastiketta

Viskillä maustettua pekaanipähkinä-suklaapiirasta
31 €

Valittavananne on myös perinteinen joulupöytä.

Varaathan pikkujoulunne ajoissa. Tervetuloa viettämään viihtyisiä ja maukkaita pikkujouluja!



**RAVINTOLA
IDEA**

Piippukatu 3, 40100 Jyväskylä, puh 040 769 6213/040 836 2695
JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU